

KI in Hotels:

Ängste nehmen, Vorteile nutzen!

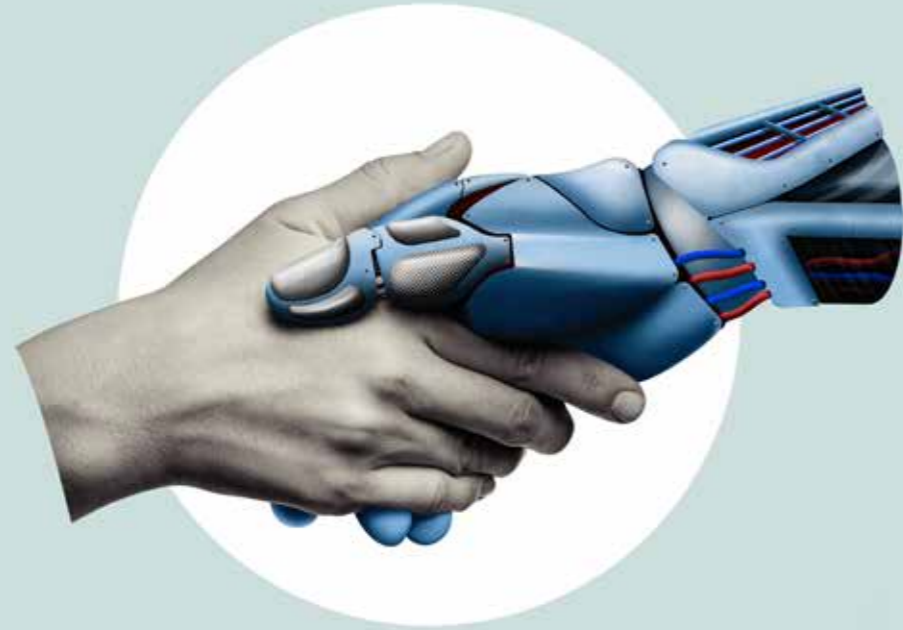


Foto © Shutterstock

Das Feuer, die Glühbirne, das Internet – große Erfindungen bewegen die Menschheit. Künstliche Intelligenz (KI) führt diese Reihe fort: Sie hat längst in vielen Lebensbereichen Einzug gehalten. Derzeit geht die Entwicklung besonders schnell voran und sorgt deshalb für Diskussionsstoff, doch bald wird KI als völlige Normalität wahrgenommen werden.

Die inzwischen stark gereifte Technologie bietet auch in der Hotellerie große Vorteile. Welche das sind und warum gar nicht immer KI gemeint ist, wenn davon die Rede ist, erklärt Brandnamic – und auch, wie sich sicherstellen lässt, dass alle Mitarbeitenden mit den technologischen Entwicklungen Schritt halten. Was ist KI überhaupt? Sie bezeichnet die Fähigkeit von Maschinen, Aufgaben zu lösen und Entscheidungen zu treffen, ähnlich wie Menschen es tun: Computer (auch eine jener bahnbrechenden Erfindungen der Menschheit, die schon lan-

ge zu unserem Alltag gehören) sammeln und sortieren unzählige Daten, um darin Muster und Zusammenhänge sichtbar zu machen. Diese dienen als Beispiele für das Lösen von Aufgabenstellungen. Dabei treffen die Maschinen auf Basis der vorangegangenen Daten eigenständige Entscheidungen, um immer wieder neue Möglichkeiten und Lösungen zu finden. Zu Beginn kam diese Technologie vorwiegend in spezialisierten Bereichen zur Anwendung, beispielsweise in der Medizin. Der breiten Bevölkerung wurde KI erst später bekannt. Zuletzt schlug KI durch den Einsatz

in der textbasierten Software ChatGPT hohe Wellen – plötzlich war sie für alle zugänglich. **KI und Automation in der Hotellerie.** Auch in der Hotellerie kommt KI zum Einsatz. Beispiele sind Rezeptions-Chatbots, die natürliche Sprache verstehen und darauf reagieren können, Empfehlungssysteme mit personalisierten Tipps für Gäste anhand von vorausgegangen Gästen (Präferenzen, Buchungsdaten, Bewertungen) oder Support-Systeme bei Buchhaltung, Schichtplanung, Bestellwesen usw. Inzwischen sind zudem

zahlreiche generative KI-basierte Tools, die bei der Erstellung von Musik, Videos, Fotos und mehr unterstützen, auf dem Markt und teilweise kostenlos verfügbar – hier eröffnen sich ganz neue Möglichkeiten für die Marketingabteilung bei der Content-Erstellung für die hoteleigenen Social-Media-Kanäle: Videos aus Bildern erstellen, lizenzfreie Musik produzieren lassen, Bildbearbeitung ... Auch an der Rezeption, also in der Gästekommunikation und im Buchungsprozess, ist KI sinnvoll und nützlich: Hotelsoftware mit integrierter KI, wie der Korrespondenzmanager von Brandnamic, ist eine große Ar-



Foto © Brandnamic



Foto © Brandnamic

beitserleichterung für die Rezeption, indem sie zum Beispiel bei der Erstellung von Texten für verkaufsfördernde Betreffzeilen oder Morgenpostinhalte unterstützt. Um beim Kauf den Durchblick zu bewahren, ist es wichtig zu verstehen, ob in den entsprechenden Softwares tatsächlich KI oder regelbasierte Automation verwendet wird. Denn anders als bei KI – die aufgrund vorangegangener Daten eigenständig Ergebnisse berechnet – kommen bei Automationsprozessen definierte Regeln zum Einsatz. Diese festzulegen, ist Aufgabe der zuständigen Mitarbeitenden im Hotel. Ein Beispiel: Sobald an der Rezeption eine Urlaubsanfrage eingeht, beantwortet ein Tool diese automatisch mit einem passenden Urlaubsangebot, sofern die Anfrage gewisse Kriterien erfüllt. Hierfür sind die Quelle der Anfrage (z. B. ein bestimmtes Portal), der Zeitpunkt der Anfrage (z. B. zwischen 21 und 5 Uhr) sowie der gewünschte Urlaubszeitraum (z. B. stark gebuchte Saisonzeiten) ausschlaggebend. Diese Regeln werden im Voraus festgelegt und bleiben unverändert, es sei denn, sie werden manuell aktualisiert. Man kann also jederzeit durch eine Anpassung der Regeln Einfluss auf das Ergebnis nehmen. KI generierten Output nachträglich zu optimieren, ist hingegen nur durch kontinuierliches, zeitintensives Training des Systems möglich.

Die Wichtigkeit konkreter Zielsetzungen.

Künstliche Intelligenz und Automation bieten also zweifelsohne große Vorteile für Hotels, und sie werden in immer weiteren Anwendungen eingesetzt. Große technologische Entwicklungen sind aber immer auch mit Ängsten verbunden: Kann ich mit der Technologie mithalten, kann ich die Tools bedienen? Wird KI gar meinen Job ersetzen? Hier ist Feingefühl der Führungskräfte nötig, um den Mitarbeitenden ihre Sorgen zu nehmen: Es empfiehlt sich eine klare Kommunikation der Ziele und Pläne im Hotel, wo und warum KI und Automation eingesetzt werden sollen und welche Möglichkeiten und Vorteile diese den Mitarbeitenden bringen. Deshalb müssen strategische Überlegungen angestellt werden: Entscheidend ist, dass die Technologie zum Anwendungsfall passt, damit sie einen Mehrwert für Hotels bietet. Bei Routineaufgaben, wie die Erstellung von Standard-Urlaubsangeboten, leistet Automation ihren Dienst und entlastet die Mitarbeitenden: Anders als bei künstlicher Intelligenz werden hier nach dem Prinzip „wenn, dann“ klare Anweisungen auf Basis von festgelegten Regeln erteilt, die von einem Computer befolgt werden. Geht es jedoch darum, vielfältige Inhalte zu erstellen, ist KI eine gute Unterstützung für Rezeption, Marketing und Verwaltung.

Zudem muss bedacht werden, dass die gesetzliche Lage bezüglich der Urheberrechte noch nicht geklärt ist. Im Hinblick auf den Präsidentschaftswahlkampf in den USA im kommenden Jahr ist der US-Politik jedoch daran gelegen, möglichst bald rechtliche Klarheit zu haben, wie KI-generierte Texte, Bilder und Videos gekennzeichnet werden. Ende August wurde der erste Vorschlag von Google-Tochter Deep Mind präsentiert; er sieht ein digitales Wasserzeichen in KI-Inhalten vor – eine Lösung, die auch auf EU-Ebene im Rahmen des AI Act angedacht wird.

Professionelle Beratung für Anwendung und Strategie.

Weiters fluten aktuell viele unterschiedliche Tools den Markt, die Fähigkeit voraussetzen, präzise Textanweisungen als Aufgabenstellungen einzugeben, denn zielführendes Prompting ist eine Wissenschaft für sich und will gelernt sein. Deshalb empfehlen wir, fundierte Entscheidungen zu treffen – die strategischen Ziele und der Mehrwert fürs Hotel müssen klar definiert sein. Hier lohnt sich etwas Geduld und professionelle Beratung. Brandnamic beschäftigt sich bereits seit Längerem mit dem Nutzen von KI und Automation für Kundinnen und Kunden und integriert diese in der Produktentwicklung. Fazit: Beide Technologien haben ihre Berechtigung. Auch in unserem Agenturalltag kom-

men sie daher zielgerichtet zum Einsatz: in Datenanalyse, Werbung, SEO, Social Media, interner Kommunikation, Kreativphasen, grafischer Kreation, Projekt- und Zeitmanagement und mehr. Eine KI-Arbeitsgruppe fördert und verfolgt die Verwendung von KI, um den Nutzen der Tools sicherzustellen. In Hotels können Automation und KI, sinnvoll eingesetzt, den Buchungsprozess optimieren und damit den Umsatz steigern. Und sie erlauben es, standardisierte Aufgaben zu optimieren oder gar zu ersetzen. So bleibt mehr Zeit für das Wesentliche: den persönlichen Kontakt mit Gästen. **Z**

Michael Oberhofer ist gemeinsam mit Hannes Gasser und Matthias Prader Inhaber der Full-Service-Marketing-agentur Brandnamic mit Hauptsitz am Brandnamic Campus in Pairdorf bei Brixen. Als langjähriger Berater unterstützt er seine Kunden und Kundinnen seit vielen Jahren bei der Realisierung von außergewöhnlichen Hotelkonzepten und der erfolgreichen Positionierung auf dem Markt.

Foto © Brandnamic

